

Kilkunastoletnie doświadczenia polskie wskazują, że osoby wchodzące w network marketing dzielą się na te, które chcą dorobić do uzyskanych dochodów - i wizjonerów, którzy wiedzą, że co piąty amerykański milioner dorobił się na sieci sprzedaży bezpośredniej. Firma Colway nie proponuje skomplikowanej drabiny sukcesu. Jak się okazuje jest to sieć bez tytułomani, przewiduje zaledwie dwa szczeble kariery: Dystrybutora i Menedżera, z tym że na osobę zdobywającą Nominację Menedżerską czekają naprawdę godne pieniądze. Założyciele Colway zebrali wszystkie, nawarstwiające się przez wiele lat opinie krytyczne o strukturach sieciowych działających w naszym kraju i wyciągnęli z nich bardzo daleko idące wnioski, tworząc marketing z ludzką twarzą, przyjazny uczestnikom, wolny od wszelkich dewiacji. Ultraliberalny system, skonstruowany tak, aby cała marża handlowa znalazła się w sieci, aby wreszcie zarobili na polskiej produkcji polscy handlowcy i organizatorzy sprzedaży. Aby praca ludzi była wynagrodzona, osiągnięte pozycje - rzeczywiście nieutralne, a reguły biznesu - niemożliwe do zmian.

Nowa jakość COLWAY

KRZYSZTOF PIEKARSKI

Jednym z największych od stuleci marzeń ludzkości było wynalezienie leku na starość lub chociaż jej najwidoczniejszy objaw – marszczenie się skóry. Już w 1795 r. uwięziono słynnego alchemika, hrabiego Alessandro Cagliostro za to, że odkryty przez niego eliksir młodości nie działał. XX wiek przyniósł nam jeszcze wiele takich eliksirów.

Wszystkie objawy starzenia się człowieka wynikają z postępującego deficytu kolagenu rozpuszczalnego, którego biosynteza jest z wiekiem coraz słabsza. Po trzydziestym roku życia, u człowieka rozpoczyna się zanik gruczołów łojowych i potowych oraz wysychanie i wiotczenie skóry. Pojawiają się zmarszczki. Dzieje się tak wskutek osłabienia włókien elastyny i kolagenu, stanowiących najważniejsze składowe podścieliska łącznotkankowego.

Młodość dzięki rybom?

W latach 90-tych zespół naukowców Instytutu Chemii Uniwersytetu Gdańskiego, pracując w więcej niż skromnych warunkach, nad zagadnieniami dość dalekimi od kosmetologii, uzyskał z ekstraktu skór rybich kolagen o budowie łańcucha aminokwasowego idealnie przystającym do ludzkiego. Kolagen zachowujący potrójną helisę był sensacją, ale w światowym środowisku specjalistów. W Polsce odbił się echem na tyle słabym, że nikt nie zainwestował do 2001 roku w praktyczne wykorzystanie wynalazku. Prace nad udoskonaleniem preparatu trwały w Polsce, zaś w kilku krajach świata podjęto badania kliniczne nad jego skutecznością.

Niestety, niejasna sytuacja patentowa, brak inwestorów, niedopracowanie finalnej, atrakcyjnej handlowo formuły produktu – wszystko to sprawiło, że od genialnego wynalazku odsunęli się światowi potentaci farmacji i kosmetologii.

Przełomu dokonali w 2003 roku laboranci firmy Inventia Polish Technologies (spółki z całkowicie polskim kapitałem, nie korzystającej z kredytów, ani

udziałów osób trzecich) uzyskując pierwszy na świecie preparat zdolny metodą nieimplantową dostarczać skutecznie skórze właściwej to, czego jej brakuje, by zachować młodość – uzupełniać niedobór kolagenu rozpuszczalnego, aktywnego biologicznie. Producent ten stanowi wzorowy przykład firmy stabilnej finansowo. Zakontraktował dostawę skór najszlachetniejszych gatunków ryb słodkowodnych zapewniającą wiele lat produkcji. Sprzedaje rybi kolagen, jako półprodukt stanowiący domieszkę najdroższych kremów na świecie – trzem wiodącym koncernom kosmetycznym. Ich produkty oparte o nasz polski kolagen miały w maju 2004 premierę światową i konkurują z najbardziej ekskluzywnymi wyrobami Guerlain, Dior i Lancome.

Inventia była jedyną firmą polską, która w latach 2002-2003 zainwestowała środki w zbudowanie laboratorium i podjęcie badań, mających na celu zwieńczenie prac nad wynalezieniem polskiego kolagenu. Jej kadre biotechnologiczną tworzą dyplomowani fachowcy – wyłącznie kobiety. Finalny produkt – Kolagen Naturalny Nowa Formuła 5-22, a potem 5-23 stworzyły więc kobiety – chemiczki, zaangażowane w swe dzieło emocjonalnie – dla wszystkich kobiet na świecie.

Nowe standardy

Kolagen Naturalny uzyskał bardzo pozytywne oceny gabinetów kosmetycznych, zakładów fryzjerskich, studiów paznokcia, ośrodków odnowy biologicznej, a przede wszystkim w ankietach konsumenckich. Kolagen rybi z całą pewnością wyprze całkowicie bydlęcy z implantologii i z przemysłu wytwarzającego opatrunki, protezy naczyniowe i szwy chirurgiczne. Niezwykle obiecujące zdają się być badania kliniczne (także polskie) na grupach chorych na osteoporozę, zylaki, reumatyzm i artretyzm. Właściwie można już mówić o sukcesie, przynajmniej w leczeniu zachowawczym tych schorzeń.

Producent tego specyfiku powierzył dystrybucję swojego flagowego produktu – Kolagenu Naturalnego – po-

morskiej firmie Colway, która od jesieni 2004 ma wyłączność na handel tym pierwszym na świecie wyrobem, powodującym między innymi obiektywny przyrost tkanki skóry właściwej. Sam Colway postawił na sieć konsumencką, ogólnosiwiatową, mającą początek w Polsce. Nie oznacza to bynajmniej, że kolagen sprzedawany będzie jedynie metodą „od konsumenta do konsumenta”. System jego dystrybucji otwarty jest także dla hurtowni, drogerii i aptek, jak dla osób działających w marketingu bezpośrednim. Z poszanowaniem cenników obowiązujących na równi wszystkich odbiorców, faworyzuje on jednak dystrybutorów tworzących wielopoziomowe struktury sprzedaży.

Kolagen Naturalny okazał się wielkim hitem, zarówno jako produkt, jak i sposób na własny, bezinwestycyjny, a satysfakcjonujący biznes. Osoby, które zaangażowały się w budowę struktur sprzedaży Colway, już w pierwszym miesiącu zarobiły kilka, a w drugim – kilkanaście tysięcy złotych. Rzesza takich menedżerów rośnie, sieć rozwija się arytmetycznie, a stymulują wszystko dwa czynniki: dobry produkt, oraz rewolucyjny system marketingowy Colway. Jego twórcy mówią, iż wyznacza on zupełnie nowe standardy, nie tylko w polskim, ale i światowym network marketingu!

Zasady proste i atrakcyjne

Colway jest pierwszym w historii networku biznesem, w którym system finansowy zawarty jest w umowie o współpracy, sygnowanej w dodatku przez Spółkę Jawną. To pierwsza historycznie sieć, w której cały dochód ze sprzedaży produktów przeznaczony jest do rozdysponowania pomiędzy jej uczestników, a ceny, poziomy rabatowe i prowizyjne ustalono raz na zawsze. Nie ma tutaj możliwości prawnej pozbawienia kogokolwiek osiąganego tzw. pasywnego dochodu.

Główne różnice między siecią Colway a innymi organizacjami marketingu wielopoziomowego to między innymi fakt, że sieć ta jest dostępna tak samo placówkom handlowym, jak i sprzedawcom bezpośrednim, wysyłkowym i internetowym, od nikogo nie żąda wyłącznej lojalności, wszelkie dochody gwarantuje umową, a także zapewnia prawnie niezmienną regułę gry. Ponadto twórcy biznesu odpowiadają własnym majątkiem za realizację umów

o współpracy a ceny produktów są dostosowane do polskich kieszeni. Po przeanalizowaniu oferty Colway okazuje się również, że rabaty zakupowe sięgają 42%, a prowizje oprócz nich – 28% cen detalicznych a osiągnięcie tych poziomów jest bardzo realne. Cały system jest skonstruowany w taki sposób, że nie nakłada żadnych przymusów zakupowych oraz nie wymaga dokonania obrotu w żadnym, konkretnym czasie a materiały reklamowe i informacyjne nabywa się bez marży, w kosztach wytworzenia. Do wartych podkreślenia a jednocześnie interesujących propozycji należy również fakt, że firma zapewnia menedżerom możliwość odbioru prowizji za każdą złotówkę obrotu ich struktury, poprzez prawo rozdysponowania tego obrotu i nie wymaga praktycznie od nikogo dokonywania sprzedaży detalicznej. W przeciwieństwie do wielu działających w świecie firm networkowych w Colway nie ma żadnych „punktów”, tytułomani, cech sekty, ani piramidy. Zasady są proste i interpretowane na korzyść uczestników sieci. Wszystko, cokolwiek wymyślali uczestnicy innych networków, aby wyciągnąć pieniądze z systemu, jest tu dozwolone, a nawet zalecane. Szefowie Colway gwarantują, że nigdy nie będą „poprawiać” systemu, bo – jak zapewniają – nie ma w nim już nic do poprawienia. Działająca od 4 maja 2004 roku struktura Colway liczy obecnie ok. 15 000 osób, wśród których 500 na stanowisku Menedżera zarabia od tysiąca do kilkunastu tysięcy złotych miesięcznie. Niedawno firma wprowadziła specjalny program, dzięki któremu opłaca swoim współpracownikom leasing samochodów.

Należy zatem wierzyć i ufać, że wkrótce na rynku firm networkowych powstanie jeszcze więcej firm z takimi intencjami jak Colway, działających na uczciwych i przejrzystych zasadach, które dystrybuując pożyteczny produkt nie utwierdzają swoich klientów w negatywnej opinii o network marketingu, a wręcz przeciwnie – swoim profesjonalizmem i uczciwością tę opinię zmieniają. Wypada wszystkim sieciom networkowym życzyć by były na tyle jasne i atrakcyjne, aby coraz więcej ludzi poświęcało im swoją wiedzę, czas i energię. Wszystko po to, by być zadowolonym i dawać to szczęście innym.



KRONIKA DOBREJ MARKI

PROJEKTY GRAFICZNE
MASZ ODWAGĘ?
ORYGINALNE ROZWIĄZANIA

szukaj
dalej

